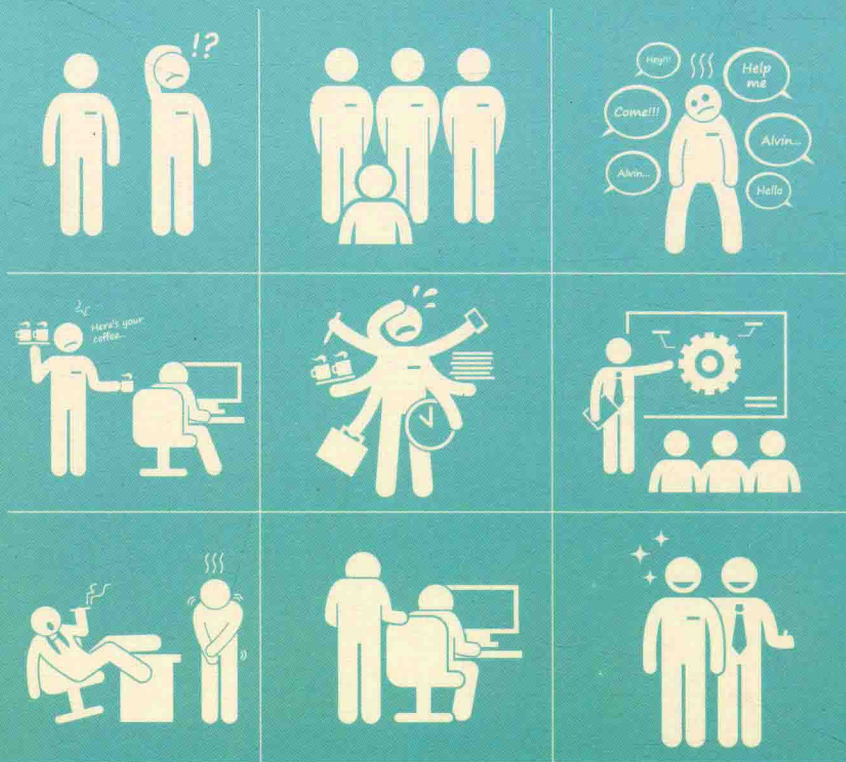


做营销，搞管理 和礼仪上 不要犯这些错误



少犯一次错误，就会多获得一次成功的机会

X

X

X

NO

美
绘
典
藏
版

做营销， 搞管理和礼仪上 不要犯这些错误

ZUOYINGXIAO
GAOGUANLI HE LIYI SHANG
BUYAOFAN ZHAXIE CUOWU

羽飞 ————— 编 著



江西美术出版社
全国百佳出版单位

图书在版编目 (C I P) 数据

做营销, 搞管理和礼仪上不要犯这些错误 / 羽飞编著.

-- 南昌: 江西美术出版社, 2017.7

ISBN 978-7-5480-5442-9

I. ①做… II. ①羽… III. ①营销—通俗读物②企业管理—通俗读物③礼仪—通俗读物 IV. ①F713.3-49②F270-49③K891.26-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第112563号

做营销, 搞管理和礼仪上不要犯这些错误

羽飞 编著

出版: 江西美术出版社

社址: 南昌市子安路66号 邮编: 330025

电话: 0791-86566329

发行: 010-88893001

印刷: 北京市松源印刷有限公司

版次: 2017年10月第1版

印次: 2017年10月第1次印刷

开本: 880mm×1230mm 1/32

印张: 10

ISBN: 978-7-5480-5442-9

定价: 38.00元

本书由江西美术出版社出版。未经出版者书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书的任何部分。
本书法律顾问: 江西豫章律师事务所 晏辉律师
版权所有, 侵权必究

前 言

成功是每个人梦寐以求的，现代的商人更渴望自己能够成功，想让自己的事业由弱变强，由小变大，成为真正的财富巨人。但是，想要成功并不是那么容易的。人一进入商界，便注定要面对成败，而失败又总是在人们前进的道路上抢先出现，它像个魔鬼一样，反复纠缠着，考验人们的意志、胆识和智慧。造成失败的原因有很多，但多数是自己的错误引起的，错误可以说是人们成功路上的绊脚石。

在成功路上，营销、管理和礼仪方面出现错误，后果是最严重的，它们会影响你的业绩，断送你的前途，影响你的人脉。为了让人们少犯甚至不犯这几方面的错误。我们特意组织专家编写了《做营销，搞管理和礼仪上不要犯这些错误》一书。本书系统总结了人们在营销、管理和礼仪上最可能犯的错误及其负面影响，并阐明了纠正这些错误的方法和要领，帮助广大读者识别这些错误，引以为戒，在日常工作和生活中远离这些方面的错误，从而更快速地走向成功。

在销售领域，无论你是一位久经沙场的销售元老，还是一位初涉销售的新人，都会在不经意间犯一些错误。在销售过程中，不管你的前期工作做得多么完美、多么周到，一旦发生一些错误，结果将是徒劳无功。小小的错误会带来大大的问题，一步错步步错，一步落后步步落后。如果销售人员不能解决这些问题，改正错误，将会继续丢失更多的销售个案和销售业绩，无法实现推销致富的梦想。所以，在销售领域，改正错误比发挥优点更重要。本书按照推销的进程来安排顺序，将接近客户、寻找和开发客户、产品介绍、说服沟通、再次拜访和持续销售、缔结合同、客户服务、营销策略等每一个环节中最可能犯的错误毫无遗漏地展示给读者，并剖析了一个推销员在推销过程中应该遵循的正确原则和策略。书中的案例真实生动而又通俗易懂，让人阅读起来趣味盎然而又发人深省，从而使看似深奥的推销技巧变得简单易学。避免这些营销领域的错误，并运用正确的方法，你将在营销领域游刃有余，从而成为营销高手。

每个人都会犯错误，对于从事具体管理工作的人员来说，不犯错误几乎是不可能的。但让人疑惑的是，他们总在不断重复相同的错误。实际上，管理者之所以在同一个地方不断犯错，并不是因为他们没有运用成功管理者的方法、行为和习惯，而是他们不知道哪些管理行为是错误的。那么，总结这些颇具典型意义的错误管理方法、行为和习惯，对于改善管理和提高管理者自身能力来说，就显得尤为重要。本书从分析具体的管理错误入手，并运用实地场景中的对话方式，将管理者常犯的错误形象地表现出来，从而使读者的感受更强烈、更直观；为了让读者更透彻地理解，本书还对这些典型错误作了详细、透彻的分析，让人能从更高的层次上把握和了解问题；并给出了如何避免犯错，以及纠正错误的方法，使读者一目了然。远离这些管理领域最容易犯且后果很严重的错误，你将掌握用人、管人之道，提高团队的凝聚力和战斗力，提升整体工作绩效。

在人际交往中，有的人自认为做事周全，合乎礼仪，却得不到对方的肯定和好感，甚至陷入窘境，弄得无法收场；在处理公务和商务时，有的人谨小慎微，全心应付，结果仍然达不到目的，遭遇失败。究其原因，主要是在礼仪上出了问题，没有注意到礼仪中的关键环节和微小细节，触犯了礼仪禁忌。礼仪有一套人们共同遵守的行为规范和准则，奉行礼仪，必须依照约定俗成的程序、方式。本书系统总结了人们在工作和生活中容易犯的礼仪错误，针对实际工作和社会生活中的具体问题，详尽剖析了这些错误礼仪的不当之处及其负面影响，并用对比的方式一一阐明纠正这些错误礼仪并加以正确应用的方法要领，帮助广大读者提高礼仪素养，在日常生活和工作中约束规范自己的言行，在各种社交场合正确得体地运用礼仪，取得成功。

需要注意的是，你在理解和把握营销、管理和礼仪的正确策略时，要以适用性为原则去操作，同样的案例不一定必须用同样的策略，它还有着其他因素的制约，比如人的性格因素、环境因素等。希望这本书能够让你从中吸取经验教训，有效避免营销、管理和礼仪方面的陷阱和错误，轻松走向辉煌的成功。

CONTENTS

做营销，搞管理和礼仪上
不要犯这些错误

第一篇 营销篇

PART 01	你在推销心态和心理准备上最可能犯的 6 个错误	002
	对拜访客户心生畏惧	002
	不能及时调整自己的坏情绪	005
	业绩目标不切实际	008
	总是批评竞争对手	011
	以貌取人	013
	过度谦卑	015
PART 02	你在寻找和开发客户时最可能犯的 6 个错误	019
	不能给准客户正确定位	019
	不了解客户的背景	022
	急于求成	025
	不善于应付意外事故	028
	没能激发客户的潜在需求	031
	不会建销售网	035
PART 03	你在说服沟通中最可能犯的 5 个错误	038
	没能赢得客户的好感	038
	被客户的问题套住	041
	不敢拒绝客户的要求	044
	推销时机不当	047

	没有回应客户关注的事项.....	050
PART 04	你在产品介绍展示中最可能犯的 5 个错误.....	053
	不强调关键的利益点.....	053
	不了解市场行情.....	056
	无端夸大产品的优点.....	058
	不了解客户.....	061
	过多地泄露自己的秘密.....	064
PART 05	你在缔结合同时最可能犯的 5 个错误.....	066
	不能掌握成交的主动权.....	066
	没有成交策略.....	069
	陷在价格争议的旋涡中.....	073
	顾小利失大利.....	076
	对客户做出无法兑现的承诺.....	078
PART 06	你在客户服务中最可能犯的 5 个错误.....	082
	服务承诺成为一纸空谈.....	082
	不能正确对待客户的抱怨.....	084
	不具备服务公众的意识.....	087
	将服务完全推给客服部门.....	089
	为了分清责任不惜与客户争吵.....	092

第二篇 管理篇

PART 01	你在与下属沟通中最可能犯的 6 个错误.....	096
	从头管到脚.....	096
	不能给员工以家的感觉.....	099

不能引导员工从错误中吸取教训	101
不能随时调解与员工之间的矛盾	104
不能发挥员工的自我管理能力	106
苛求完美	109
PART 02 你在分配工作中最可能犯的 6 个错误	112
没能全面客观地了解员工的特长和能力	112
不理解员工之间的差异	116
授权不当	118
含糊不清	121
颐指气使	123
不能让人信服	126
PART 03 你在绩效考核中最可能犯的 5 个错误	129
绩效评估流于形式	129
企业战略和绩效管理不能很好地结合	132
薪酬标准不公平	135
加薪不灵活	138
绩效衡量错位	141
PART 04 你在团队管理中最可能犯的 7 个错误	144
无法处理内部的权力纷争	144
不实施反馈制度	147
奖励个人，忽略集体	150
不能营造团队的概念	153
不能正视员工对自己的评价	156
不给员工自我提高的机会	158

PART 05 你在面对人才流失时最可能犯的 6 个错误	161
临时抱佛脚.....	161
漠视员工的离职.....	163
没有好的人力管理机制.....	166
事业停滞导致人才流失.....	168
人员不能最优化.....	172
不培养员工的忠实度.....	175
PART 06 你在领导力塑造中最可能犯的 10 个错误	178
扮演不好自己的角色.....	178
不能身先士卒.....	181
严厉威吓挫伤员工的积极性.....	183
不能体谅员工.....	185
没有了解情况就对员工作界定.....	189
不能有效解决下属情绪低落的问题.....	191
没有一颗宽容的心.....	194
不愿意承担下属的责任.....	197

第三篇 礼仪篇

PART 01 你在仪态、服饰礼仪方面最可能犯的错误	202
仪容礼仪错误.....	202
仪态礼仪错误.....	205
服饰礼仪错误.....	208
PART 02 你在生活交际礼仪方面最可能犯的错误	217
寒暄礼仪错误.....	217

称呼礼仪错误.....	219
握手礼仪错误.....	221
名片礼仪错误.....	223
介绍礼仪错误.....	226
交谈礼仪错误.....	228
PART 03 你在通信与拜访、待客礼仪方面最可能犯的错误	235
电话礼仪错误.....	235
书信与邮件礼仪错误.....	240
拜访与待客礼仪错误.....	243
办公场合礼仪错误.....	249
面试礼仪错误.....	254
职场工作礼仪错误.....	261
PART 04 你在会议与商务礼仪方面最可能犯的错误.....	265
会议礼仪错误.....	265
商务与公务礼仪错误.....	270
PART 05 你在送礼与宴会礼仪方面最可能犯的错误.....	279
送礼礼仪错误.....	279
宴会礼仪错误.....	286
舞会礼仪错误.....	301
婚葬礼仪错误.....	304

第一篇

营销篇

PART 01



你在推销心态和心理准备上最可能犯的6个错误

对拜访客户心生畏惧

你的营销生涯是从你一次又一次的拜访客户开始的，所以，不要害怕去见客户。

营销事典

一位资深专家受托为一家知名企业打造一支优秀的推销团队，目标是将他们现有的预算软件的销售额再提高一个层次，同时市场占有率也能随之上升。

第一个礼拜，专家请销售代表们上门逐家拜访客户，给他们订下了每日拜访目标，挂起了排行榜，大家都兴致高昂地开始了他们的推销之旅。结果到第三天，销售代表们的热情骤然降温，每日拜访次数开始下降，每个人都开始寻找理由少出门，即便出门，回来后在业务表上总是以“拜访未遇”作结论。他们已经被客户的拒绝打垮，甚至开始不愿意出门！

专家便问：“小伙子们，怎么了？一下子都没了劲头了？”

听听他们的回答：

“第一天，我站在客户公司所在的那幢大楼外的人行道上，不知道该怎么去做，更不知道能不能推销出去。第二天，我还是……”

“我昨天到了××公司门口，又被门卫挡在外边。任我怎么说，他也不肯

放我进去，更不用说见彼得先生的面了，真让我失望。”

“我运气倒比较好，见到了玛丽女士。可是我刚一开口，她就说她忙，让我别再打扰她了。结果我第二次到了她的公司，就没有了敲门的勇气。”

毫无疑问，这是正常的心理反应。心理医生常常通过电击来纠正有心理疾患的患者。当患者出现需要被纠正的行为时，就会被电击，这自然是不舒服的，于是形成条件反射，当该行为再度发生，电击的感觉出现，于是行为被自觉终止了。被客户拒绝，我们遭遇了“电击”，会将之与我们的销售行为（如上门拜访）联系起来，多次重复这种感觉后，自然就会畏惧打电话、登门拜访。

因此，一个推销员最主要的障碍几乎80%来自心理因素，而这当中最常见的问题就是被客户拒绝而产生的恐惧。

简单地说，害怕被拒绝，事实上就是害怕客户对他说“不”这个字：我们害怕客户对我们说“不”，我们害怕客户说他没有钱、没有时间、对产品不感兴趣……

据统计，80%销售行为的最后结果都是客户的“不”这个字。你害怕客户对你说“不”，那么你害怕自己能够挣更多的钱吗？你害怕自己的事业成功吗？如果你不能克服这种恐惧，也就不可能提高收入，事业也不可能成功。

大部分的推销员没有办法接受客户的拒绝。依照经验，一个新从业的推销员最容易“阵亡”的时间就是他进入销售行业的前90天。若一个新从业的推销员不能在开始工作的90天之内掌



握充分的产品知识、建立起他的基础客户群、提高销售能力及技巧，以及建立完好的自我形象和自信心、克服被拒绝的恐惧，那么他就会在90天之内离开这个行业。所以，这90天对一个新从业的推销员来说是非常关键的，而这当中最关键的一种能力的提高，就是对失败以及对被拒绝的恐惧的解除。如果我们能够解除被客户拒绝的恐惧，那么，这世界上每一个人都能成为优秀、杰出的推销员。

正确做法：

1.作好失败的准备

新从业的推销员一想到可能会失败，往往会停滞不前。这很可能是患了“失败恐惧症”，而“失败恐惧症”又会引起“访问恐惧症”。你要对自己说，最初当然不顺利，反复去做就会变得顺利。反复实践是走上顺利的唯一方法，即所谓反复10次能够记住，反复100次能够学会，反复10000次，就变成职业高手了。

推销员在开始推销时，往往会认为一开始就会顺利，抱着甜美的希望想着：“但愿……”结果，很容易因大失所望而深受打击。所以，应该经常对自己说：“开始一定是不顺利的，唯有不断反复，才会变得顺利。”

2.肯定自我价值

大部分的情况下，当客户说“不”的时候，他并没有否定你这个人，也并不表示你这个人没有能力，只是表示你还没有完全解除他对购买这种产品的抗拒以及对于购买你的产品可能是一个错误的决定的恐惧。害怕客户的拒绝是缺乏行动力和拖延的最大根源。

3.树立自信心

害怕被客户拒绝也和你的自信心有绝对的关系，你的自信心越强，对被客户拒绝的恐惧就越小。作为一名推销员，你必须从以下两方面着手来培养自己的信心：

(1) 确信你的工作对客户有贡献。化妆品的企业主相信他能带给人们美丽，从而建立全球性的企业。IBM（国际商用机器公司）相信它对客户的贡献在于替客户解决问题，从而成为世界上最大的信息处理公司。作为一位专业的推销员，第一个信念就是：确信我能提供对客户有意义的贡献。如果你的心中没有这种信念，你是无法成为一流的推销员的。

(2) 积极与热忱。你的第二个信念是只要你做一天的推销员，积极与热忱就是你的本能。本能是一种自然的反应，是不打折扣的，是不需要理由的。积极与热忱是会感染的，你不但能将积极、热忱传播给你的客户，同时也能将你此刻的积极与热忱传染给下一刻的你。因此，每天早上起来的第一件事就是要告诉自己：积极、热忱！

4. 磨炼意志力

通常，推销员进行随机拜访时，要面对50次以上的“不需要”“没预算”“不喜欢”“太贵”的拒绝，才会产生一个有希望的客户，你若没有坚强的意志，是很容易被击垮的。

妙语点评

踏入销售职场，最初的新鲜感一过，随之而来的就是很深的挫折感，因为几乎每10个客户中会有9个对你说“不”。渐渐地，你会对你的工作产生恐惧，进而担心：我是否适合干这行呢？我能干好吗？这个时候，请记住不要放弃，只要决心成功，失败永远不会把你击垮！

不能及时调整自己的坏情绪

情绪不好时，千万别去见客户。

营销事典

一个推销员情绪不好的时候去一家商场谈生意，这家商场还是老客户。到了经理室，经理显得特别高兴，热情地招呼这位推销员坐下，兴致勃勃地说：“我告诉你，我女儿考上大学了！”结果，这位推销员只是点了一下头，面无表情地说：“嗯，您看下个月的货订多少？”

见经理没说话，他接着又问：“您看下个月的货……”

不想经理刷地变了脸色，没等他说完，就不耐烦地说：“下月不订了！”

推销员又问：“那以后呢？”

经理干脆说：“以后你别来了！”

推销员生气地说：“不做？我还不稀罕呢！”说完，一摔门就走人了。

一个人的行为似乎是跟着感觉走的，情绪上多云，行动上也就不会阳光灿烂，这是一般人的看法。但从另一个角度看，感觉和行动是互相影响的，可以反过来用你的行为去改善情绪。积极的人都会这么做。

谈论业务并不意味着生活中的其他事均与此无关，客户希望你与他共同分享某一好消息时，你只需要一句表示祝贺的话就可以做到。同时，要学会控制自己的负面情绪，不要让自己的消极情绪影响自己的客户。

我们之所以会情绪恶劣，是因为一直想着那件让你挂心的事。

譬如说自己被上司责骂了，那很可能一整天你就一直想着这件事，脑海中仿佛一直是他对你怒吼的表情，结果你的心情就越来越坏。

作为推销员，应该是乐观、开朗，工作和生活都积极的人，所以，你应该知道怎样把握自己的情绪，每天都让自己处于积极的状态中。推销员在面对客户之前要先做好心理准备。不论刚发生过什么不愉快的事情，推销员都要立刻把它忘记，然后用愉快的心情和笑容面对客户。千万别因为私人的困扰破坏了心情，以坏心情面对客户，只会使彼此的关系恶化，这是推销上的大忌。

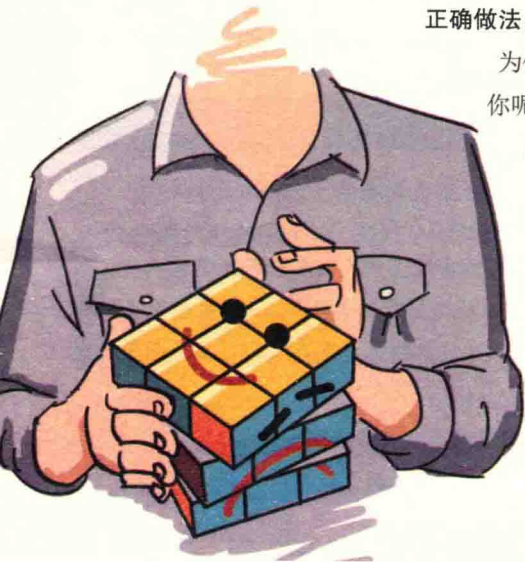
正确做法：

为什么要让那些不愉快的事不断困扰着你呢？为什么不把这一幕最糟糕的景象从脑海里消除呢？难道你希望带着对这件事或对这个人的负面印象，而让自己付出心情不畅的代价吗？

如果能改变你的感受，难道你不愿意去做吗？情绪恶劣时，不妨试试下面的方法：

1. 在脑海里重新描绘出令你十分困扰的那件事

仿佛是在看电影似的，在脑



海里重新描绘出那件事，注意其中的每一个细节和过程，但不要心情激动。

2.把脑中的这一幕转化为漫画形式

假想自己坐在一个高高的椅子上，脸上堆满笑容，气定神闲地倒翻着这一包含全程的漫画书。如果哪个人对你说了什么话，此时便仿佛看见他把话吞了进去，让整件事完全快速地倒放回去，随之再以更快的速度正放一遍。做完了之后你再来变更里面人物的色彩，使他们的脸都成为七彩颜色。如果是哪个人让你特别不快，那么就为他改头换面，让他的耳朵变得像米老鼠那般大，鼻子像《木偶奇遇记》里的皮诺曹那般长。

就这样反反复复快速地做上十来遍，不断改变里面人物、事物的样子及颜色，同时加上一些音乐伴奏，不管这是你所喜欢的音乐或古怪的音乐，尽量让它们和那个使你不开心的图像连在一起，相信这必能改变你先前的感受。

整个步骤最需要注意的就是臆想时的速度，改变人物、事物的夸张程度。

3.现在再看看自己对先前那件事的感受如何

如果你的第二步骤做得不错的话，情绪必然会有所改变，不会再像先前那般恶劣或低落。这个方法也可以用于多年来困扰你的事上，远比你分析原因尝试找出改变方法来得更有效。其原因在于我们一切的感受都出自心中一直注意的图像及相关的声音和感觉，这些合起来便对我们的情绪造成或多或少的影响。

当我们改变了这个图像和声音，那么心中的感受也就随之改变。当我们一做再这样的改变，先前的情绪便不会再现，这是因为在我们神经系统中跟先前感受的关联慢慢地消逝了。请记住，任何事的发生都会与我们的神经产生关联，进而在脑子中建立一条渠道。如果你一直使用这条渠道，它就会愈来愈“长大”；反之，若是不去使用，它就会慢慢萎缩以致消失。

方法总归是方法，作为推销员，要记住：你的信心和热忱是很重要的。或许，垂头丧气比打起精神来得容易，但这样你想拿到订单就比较难。没有了信心和热忱，一系列的不利后果都会在不知不觉中产生，你将会看着可爱的订单在含泪和你告别。

妙语点评

谁都难免有情绪低落的时候，但这并不意味着你就可以随便将这种负面情绪转移到别人身上，特别是面对你的客户时。见到客户时，记得要将所有的不